

# Comunicar el cambio climático en clave intercultural

Manual de capacitación



FRIEDRICH  
EBERT  
STIFTUNG



# Comunicar el cambio climático en clave intercultural

Manual de capacitación



COMUNICAR EL CAMBIO CLIMÁTICO EN CLAVE INTERCULTURAL. Manual de capacitación

**Producido por: Fundación Friedrich Ebert - Servicios en Comunicación Intercultural SERVINDI**

**Comité Promotor de la publicación:**

Coordinadora Nacional de Radio (CNR)

Fundación Friedrich Ebert

Organización Nacional de Mujeres Indígenas Andinas y Amazónicas del Perú (ONAMIAP)

Red de Comunicadores Indígenas del Perú (REDCIP)

Servicios en Comunicación Intercultural Servindi

Escuela de Periodismo de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya (UARM)

**Elaboración de contenidos:**

©Rosa Elena Sudario Manrique

©SERVINDI

Cuidado de edición: Jorge Agurto

Coordinadora FES: María del Pilar Sáenz C.

Dibujos e ilustraciones: Roberto Rengifo, María Paula Núñez

La presente publicación contó con el auspicio de:

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)

Responsable de la contribución de GIZ: Ángela Mëentzen - Coordinadora Internacional del Programa PROINDIGENA – Alemania.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2014-18481

Impreso en el Perú

Primera edición, diciembre de 2014

1000 ejemplares

Diseño y diagramación: SINCO EDITORES S.A.C.

Imprenta: SINCO EDITORES S.A.C.

Jr. Huaraz 449 – Breña

Teléfono: 433-5974

Correo electrónico: [sincoeditores@yahoo.com](mailto:sincoeditores@yahoo.com)

El presente estudio que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y las opiniones vertidas no expresa necesariamente el pensamiento de la Fundación Friedrich Ebert (FES) ni de la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido sin permiso de los autores.

# Índice

<b>5</b>	<b>Presentación</b>
<b>7</b>	<b>Capítulo 1</b> <b>Cómo comunicar en clave intercultural</b>
<b>11</b>	<b>Capítulo 2</b> <b>Ambiente y comunidad: una realidad indispensable para comprender el cambio climático</b>
<b>19</b>	<b>Capítulo 3</b> <b>Aprendiendo a comunicar desde el conocimiento tradicional</b>
<b>27</b>	<b>Capítulo 4</b> <b>¿Cómo gestionar la comunicación intercultural frente al cambio climático?</b>
<b>39</b>	<b>Capítulo 5</b> <b>Herramientas para comunicar el cambio climático</b>
<b>51</b>	<b>Bibliografía</b>



## **Presentación**

El Manual “Comunicar el cambio climático en clave intercultural” es una invitación a los lectores, especialmente a las y los comunicadores indígenas, a una seria reflexión sobre la trascendencia de gestionar comunicación intercultural en el contexto de debate actual de las políticas sobre cambio climático y ambiente.

La comunicación intercultural constituye un elemento central, que se encuentra dentro de nuestra estructura social, y su práctica sin duda, contribuirá a potenciar el valor social de los conocimientos tradicionales de los pueblos originarios, y por tanto, de las buenas prácticas de adaptación al cambio climático, hasta ahora poco sistematizadas y socializadas.

Asimismo, permitirá encausar a todos los ciudadanos hacia una coexistencia de respeto mutuo, de reconocimiento y de comunicación de doble vía; eliminando conflictos y creando nuevos espacios en los quehaceres políticos, económicos y sociales, que faciliten el buen vivir de los pueblos y naciones.

En lo específico, el manual describe las formas más conocidas del tratamiento de la comunicación intercultural; postula criterios básicos para su desarrollo y ofrece lineamientos generales para su aplicación.

El manual inicia con la definición de conceptos fundamentales sobre interculturalidad y comunicación intercultural; para posteriormente relacionarlo con aspectos fundamentales que se deben tomar a consideración para el periodismo ambiental y la gestión eficiente y efectiva de la comunicación en el contexto del cambio climático.

Finalmente, proponemos postulados y acciones concretas para lograr la práctica de la comunicación intercultural. Estas son: comprender la complejidad de la interrelación entre comunidad y medio ambiente; comunicar desde el conocimiento tradicional; gestionar la comunicación desde el diálogo intercultural; y, construir narrativas diferentes tomando a consideración las técnicas de la comunicación comunitaria.







# **CAPÍTULO I**

## **¿Cómo comunicar en clave intercultural?**

### ¿Comunicar el cambio climático en clave intercultural?

#### ¿Por qué es importante?

El fenómeno del **cambio climático** ha escapado a las mediciones científicas, y es ahora parte importante del debate político, principalmente, de los países que integran la Región Andina.

La tarea de las y los comunicadores indígenas en este contexto, es dar a conocer las voces de todos los actores políticos, sociales y económicos que se ven afectados por el cambio climático y por tanto, tienen derecho a formar parte del debate de las políticas ambientales y de desarrollo territorial de los países.

## 1. ¿Qué entendemos por interculturalidad?

La interculturalidad es, en principio, un desafío. Un proceso en construcción que busca caminos para el intercambio y el diálogo de saberes.

Es también un proceso de interrelación que parte de la reflexión del reconocimiento de la diversidad cultural y de la valoración y el respeto de las diferencias.

Son relaciones complejas, negociaciones e intercambios culturales, que buscan desarrollar:

- una *interacción social equitativa* entre personas, conocimientos y prácticas diferentes;
- una interacción que *reconoce y que parte de las desigualdades* sociales, políticas y de poder.

## 2. ¿Cuándo surge la comunicación intercultural?

Como bien se dice, es imposible no comunicar. Cada gesto, cada acción, cada práctica sociocultural es considerada y entendida como intencional por otros. Esto quiere decir que toda comunicación será interpretada por los otros como un mensaje expresado por alguien y para alguien.

Como proceso, la interculturalidad pasa de manera evidente por la comunicación, o para ser más exactos, es comunicación intercultural. Es así que la comunicación comprendida como un proceso de interacción, contribuye a la interculturalidad en tanto puede privilegiar –en contextos de negociación o conflicto– el respeto entre sujetos diferentes.

La comunicación intercultural, en suma, apuesta tanto a la competencia como a la cooperación y la disposición de compartir saberes y acciones, que permiten a los sujetos “poner en común o en contacto la trama de significados que dan sentido a la vida, a sus prácticas y a sus representaciones simbólicas” (Rizo y Romero, 2006: 18).

### 3. ¿Cómo comunicar el cambio climático en clave intercultural?

Una premisa en la que se fundamenta este manual es que el potencial de la comunicación se garantiza solamente con una práctica constante y apropiada de planificación.

Y aunque se debe hacer énfasis en que no existen recetas efectivas para comunicar desde la interculturalidad, compartimos algunas consideraciones que creemos pueden ser de utilidad.

**1. Comprender la complejidad de la interrelación entre comunidad y ambiente:** Implica que todo comunicador debe estudiar y comprender las implicancias del fenómeno del cambio climático, y los procesos territoriales y culturales que se derivan de éstas.

**2. Aprender y comunicar desde el conocimiento tradicional:** Estar informado de las prácticas socioculturales de una comunidad y la manera cómo ella se relaciona con su entorno natural, permite una mejor comprensión del problema, además de ser una fuente inagotable de recursos testimoniales y de narrativa.

**3. Gestionar la comunicación en diálogo intercultural:** Desarrolla la idea de que el diálogo es la precondition para la comunicación intercultural, por cuanto sin oportunidades similares para todas las personas de recibir mensajes no puede, para comenzar, haber interacción social democrática.

**4. Construir narrativas diferentes:** Implica construir herramientas comunicativas que sean resultado del diálogo intercultural y el conocimiento de las poblaciones a las cuales va dirigida.



#### Recuerda que:

Cada gesto, cada acción, cada práctica sociocultural es considerada y entendida como intencional por otros.

Esto quiere decir que toda comunicación será interpretada por los otros como un mensaje expresado por alguien y para alguien.

## Reflexionemos:

¿En qué se fundamenta la comunicación intercultural y por qué es importante?

¿Por qué es importante la planificación de la comunicación en el contexto del cambio climático?

### Glosario:

**Ambiente:** Es el conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas.

**Desarrollo Humano:** Comparte una visión común con los derechos humanos, de ayudar a afianzar el bienestar y la dignidad de todas las personas, construyendo el respeto por sí mismos y el respeto por los demás.

**Diálogo intercultural:** Es el intercambio equitativo entre las civilizaciones, culturas y pueblos, basados en la mutua comprensión y respeto y en la igual dignidad de las culturas.

**Herramientas comunicacionales:** Son los medios por los cuales las personas pueden lograr un entendimiento con sus semejantes, los cuales pueden ser escritos, orales, gesticulares, y de otra naturaleza.

**Prácticas socio-culturales:** Son formas recurrentes de hacer ciertas actividades. Estas prácticas están ligadas a la cultura, ya que normalmente nacemos y crecemos dentro de las prácticas de una comunidad.

**Proceso comunicativo:** Proceso de acceso-diálogo-participación, basado sobre la estructura de derechos-necesidades-recursos y se dirige al cumplimiento de múltiples propósitos.

**Procesos territoriales:** Procesos naturales, sociales, culturales, políticos y económicos que afectan un determinado territorio o área geográfica.

**Representaciones simbólicas:** Son aquellas representaciones que simbolizan, sustituyen e interpretan el mundo y la realidad humana. Pueden ser imágenes, objetos, figuras, acciones, construcciones, sonidos, etc.



## **CAPÍTULO II**

**Ambiente y comunidad:  
una realidad indispensable para  
comprender el cambio climático**

## 1. Ambiente y comunidad

Para los pueblos indígenas de la Amazonía, el bosque significa vida; y por eso, mantienen un equilibrio con él sin causar su destrucción.

Un primer desafío para las y los comunicadores al informar sobre el fenómeno del cambio climático, es identificar el lenguaje, los discursos y las prácticas sociales que los distintos pueblos utilizan en interrelación con sus territorios, y los elementos y fenómenos naturales que la componen.

No basta con conocer sobre la “ciencia del cambio climático” o sobre el impacto que el fenómeno tiene en distintas regiones, países o a nivel internacional; ante todo se debe comprender la relación que existe entre el entorno natural y la comunidad para comprender la repercusión del cambio climático a nivel local y lograr una gestión de la comunicación más efectiva y eficiente.

**Por ejemplo:**

**Para comunicar sobre cuáles son los efectos del cambio climático en los bosques de la Amazonía peruana, antes debemos comprender cuál es la relación de los pueblos indígenas de la Amazonía con el bosque.**

### ¿Cuál es la relación de los pueblos indígenas de la Amazonía con el bosque?

- El bosque significa vida para muchos pueblos indígenas de la Amazonía. El bosque les da frutos y otros alimentos, les ofrece plantas y árboles de los cuales obtienen fibras para hacer canastas, artesanías, vestidos, y materiales para construir casas, canoas y herramientas.
- El bosque es su hogar y el de otros seres vivos. Es también una fuente de espiritualidad y es parte de su identidad.
- Sus conocimientos ancestrales los han ayudado a vivir en armonía con el bosque.



## 2. ¿A qué llamamos cambio climático?

Es el cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial incrementando la temperatura promedio del planeta y que se suma o agrava la variabilidad natural del clima.

### El Cambio Climático

#### ¿Qué es?

Cualquier cambio en el promedio regular del clima, debido a causas naturales o como resultado de las acciones del ser humano.



#### ¿Cómo se produce?

Generación de gases de efecto invernadero por acción humana.



#### Efectos actuales y futuros

Desaparición del hielo ártico



Incremento del nivel del mar



Aumento de la temperatura terrestre



Incremento de lluvias



#### Daños por tipo de Gas:

Dioxido de Carbono (CO<sub>2</sub>)= 55%

Clorofluorocarburos (CFC)=24%

Metano (CH<sub>4</sub>)=15%

Oxido Nitroso= 6%



### Recuerda que:

Cuando hablamos de cambio climático no debe entenderse únicamente como variación de la temperatura, es además variación en las lluvias, la humedad y todos los componentes atmosféricos presentes en un microclima.

El **cambio climático** impacta a todos de manera diferente, exaltando las diferencias y desigualdades ya existentes.

## ¿Cómo se produce?

- a) **Generación de gases de efecto invernadero:** por acción humana, por la combustión de gasolina, petróleo, carbón y gas; además combustión de madera en proceso de quema o corte.
- b) **Variabilidad climática:** Es el proceso natural de cambio del clima. El clima cambia y siempre ha cambiado

## Ejemplos de los cambios en el clima y sus impactos

- Clima totalmente diferente en relación a como lo conocíamos.
- Ocurrencia de desastres naturales con mayor frecuencia e intensidad: más inundaciones, derrumbes, deslaves o huaycos; entre otros.
- El cambio climático puede afectar de manera diferente a hombres, mujeres, jóvenes y adultos mayores, en incluso niños y niñas, dependiendo de las actividades que cumplen en las comunidades. Por ejemplo:

**Las mujeres y jóvenes tienen más trabajo para encontrar agua limpia en épocas de sequía; a los hombres les toma más tiempo producir los alimentos tradicionales en los cultivos o encontrar animales para su caza.**

## Conceptos claves

**¿Clima o tiempo?** Cuando se habla del tiempo o del clima de una región nos referimos a conceptos diferentes pero relacionados entre sí.

El **tiempo meteorológico** es el estado de la atmósfera en un determinado día, semana o mes. Las características del tiempo son la humedad, la temperatura, la presión, las precipitaciones y la nubosidad en un determinado momento y lugar.



El **clima** es el conjunto de fenómenos meteorológicos, tales como temperaturas medias, precipitaciones medias, vientos dominantes, que caracterizan el estado medio de la atmósfera durante un periodo de tiempo largo (típicamente, 30 años) en una región del planeta.

## Diferencias entre el efecto invernadero y el calentamiento global

### El Efecto Invernadero

Es el calentamiento natural de la tierra. Los gases del efecto invernadero, retienen parte del calor del sol y mantienen una temperatura apta para la vida.



### El Calentamiento Global

Es el incremento a largo plazo en la temperatura promedio de la atmósfera. Se debe a la emisión de gases de efecto invernadero que se desprenden por actividades del hombre.



### 3. ¿Qué significado tiene el cambio climático para los pueblos indígenas?

Para las comunidades indígenas, el clima es una parte muy importante de su vida y de su cultura. La salida y la puesta del sol, la dirección del viento, la cantidad de lluvia y el cambio de las estaciones tienen mucho sentido y relación con la forma en que transcurre la vida de la comunidad. Pero, últimamente, la vida de los pueblos indígenas se ha visto afectada por la modificación de los patrones de vida silvestre o de crecimiento de las plantas debido a cambios intensos en los patrones climáticos.

**“En Espinar, los impactos son más fuertes, hay un desbalance ecológico. Por ejemplo, el pukuy pukuy (ave simbólica) antes cantaba a las 3 de la mañana, era madrugador pero ya no hay, ya no funciona, ahora cantan a cualquier hora. Vicuñas, guanacos y tarucas, hoy ya no hay”.**  
Comunicador de la región Cusco.



**“El impacto del cambio climático sobre la vida de las mujeres no es sólo a nivel macro, también es en el hogar (...) Ahora tenemos que caminar mucho para conseguir agua, y eso implica más trabajo”.**  
Comunicadora de Pucallpa

## ¿Qué pasa si el clima cambia?

### ¿Por qué los pueblos indígenas son los más afectados?

Durante miles de años, los pueblos indígenas han vivido en estrecha relación con sus tierras y con la naturaleza. Las plantas y animales en sus territorios son la fuente de sus alimentos, medicina y medios de subsistencia. Sus tierras y aguas no sólo son útiles para ellos sino que también las consideran sagradas.

Es debido a esta estrecha relación y dependencia con el entorno natural que el impacto del cambio climático es más grave para los pueblos indígenas que para otros pueblos.

#### Recuerda que:

La relación de los pueblos con sus tierras y recursos es un elemento esencial del derecho a la libre determinación, como lo establece el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966)

### Reflexionemos:

¿El cambio climático es un fenómeno natural o es resultado de las políticas económicas de la sociedad moderna?

¿Por qué los pueblos indígenas son los más vulnerables en el contexto del cambio climático?

#### Glosario:

**Derecho a la libre determinación:** Es el derecho de un pueblo a decidir sus propias formas de gobierno, perseguir su desarrollo económico, social y cultural, y estructurarse libremente, sin injerencias externas y de acuerdo con el principio de igualdad.

**Pukuy – Pukuy:** Según el relato tradicional de los pueblos quechuas y aymaras, el Puku-Puku era el ave que antes de la llegada de los españoles, “daba las horas y despertaba a la gente”.

## ¿Quiénes son los Pueblos Indígenas u Originarios?

Llamamos Pueblos Indígenas a aquellas personas que habitaron en una tierra antes de que ésta fuera conquistada por las sociedades coloniales y que se consideran distintos a las sociedades que actualmente gobiernan estos territorios.

### ¿Qué criterios utiliza la OIT para identificar a los pueblos indígenas?

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) señala que para identificar a los pueblos indígenas u originarios se combinan los criterios objetivos y el criterio subjetivo de manera conjunta.

En tal sentido, los **criterios objetivos** comprenden:

**Continuidad histórica:** La permanencia en el territorio nacional desde tiempos previos al establecimiento del Estado.

**Conexión territorial:** La ocupación de un territorio del país por parte de los ancestros de los pueblos indígenas u originarios.

**Instituciones políticas, culturales, económicas y sociales distintivas:** Las cuales han sido conservadas total o parcialmente por los pueblos indígenas u originarios.

El **criterio subjetivo** tiene que ver con la auto-identificación de las personas que forman parte de un colectivo humano y que se reconocen como pertenecientes a él.

*Tomado de Ministerio de Cultura (2013). "Derechos a la Consulta Previa: Módulos de capacitación".*



# **CAPÍTULO III**

## **Aprendiendo a comunicar desde el conocimiento tradicional**

## 1. Aprender a comunicar desde el conocimiento tradicional

El segundo desafío para comunicar en clave intercultural tiene relación con el desarrollo de la propia competencia intercultural.

Asumir nuestra propia identidad cultural y la de los “otros” permite interiorizar que “lo que yo cuento es importante”; y por tanto, es valioso de comunicar a los demás.

Daniel López (2006:91) sostiene que “de nada sirve la información y el conocimiento si no se comunican”, y esto va acompañado del problema de cómo lograr que los diferentes grupos sociales tengan las capacidades, no sólo de apropiarse y utilizar conocimientos que sean relevantes para la comprensión y solución de sus problemas sino, sobre todo, de generar ellos mismos los conocimientos que sean necesarios para ello.

### ¿Cómo hacerlo?

Como bien dice Omar Rincón (2014) “todos y todas valemos desde nuestras propias historias”.

Por tanto, los conocimientos tradicionales, conocimientos que han sido “generados, preservados, aplicados y utilizados por comunidades y pueblos tradicionales” (Olivé, 2009: 20) durante siglos, tienen un enorme potencial para la comprensión y resolución de diferentes problemas sociales y ambientales, en especial con los relacionados con el uso sustentable de la biodiversidad.

Es así que el conocimiento tradicional y los saberes locales, ayudan a discutir (criticar) el discurso y la práctica científica, y en este sentido, a proponer nuevos conocimientos que propicien “una sabiduría intercultural con validez racional”.

### ¿Por qué son importantes los conocimientos tradicionales?

- Son parte de una cultura sobre la cual el ser humano fundamenta su relación con otros seres humanos y con la naturaleza.
- Es una respuesta de adaptación a un entorno.
- Disminuye la vulnerabilidad frente a condiciones ambientales y sociales.
- Constituye una fuente de alternativas de desarrollo propio.

### ¿Por qué protegerlo?

- Porque son parte de un derecho humano fundamental.
- Porque son parte de la identidad cultural de los pueblos indígenas y las comunidades locales.



## 2. Conociendo el cambio climático desde el saber local

### 1. Están desapareciendo las especies...

Un primer impacto de la alteración de la estacionalidad es sobre la sensibilidad de los ecosistemas y biodiversidad de la flora y la fauna.

Se percibe que el cambio climático está causando alteraciones en los ciclos de reproducción de ciertas plantas y peces. Por ejemplo, en Piura, la producción de la pesca artesanal ha disminuido por la ausencia de peces. Mientras que en Loreto, Huarmey (Ancash) y Puno, hay pérdida de especies de río como el paiche, el camarón y el carachi, respectivamente.



La poca oferta de estos alimentos de consumo habitual, también prevén problemas relacionados a la **seguridad y soberanía alimentaria**, el aumento de la pobreza, el encarecimiento de la vida y, sobre todo, a la pérdida de las costumbres ancestrales.

Otras especies de fauna que se declararon en vías de extinción fueron: En Piura, el ave chiroca, animal endémico de los ecosistemas de los manglares; en Puno, la legendaria ave Pukuy Pukuy, que se cuenta, antes de la llegada de los españoles, junto con los gallos solía despertar a las familias campesinas; y en Cusco, el saltamontes de palo o Palo Palo, y el huallatás. Se percibió, también, que animales silvestres como la taruca, la vizcacha, el zorro y el zorrino, han disminuido considerablemente.

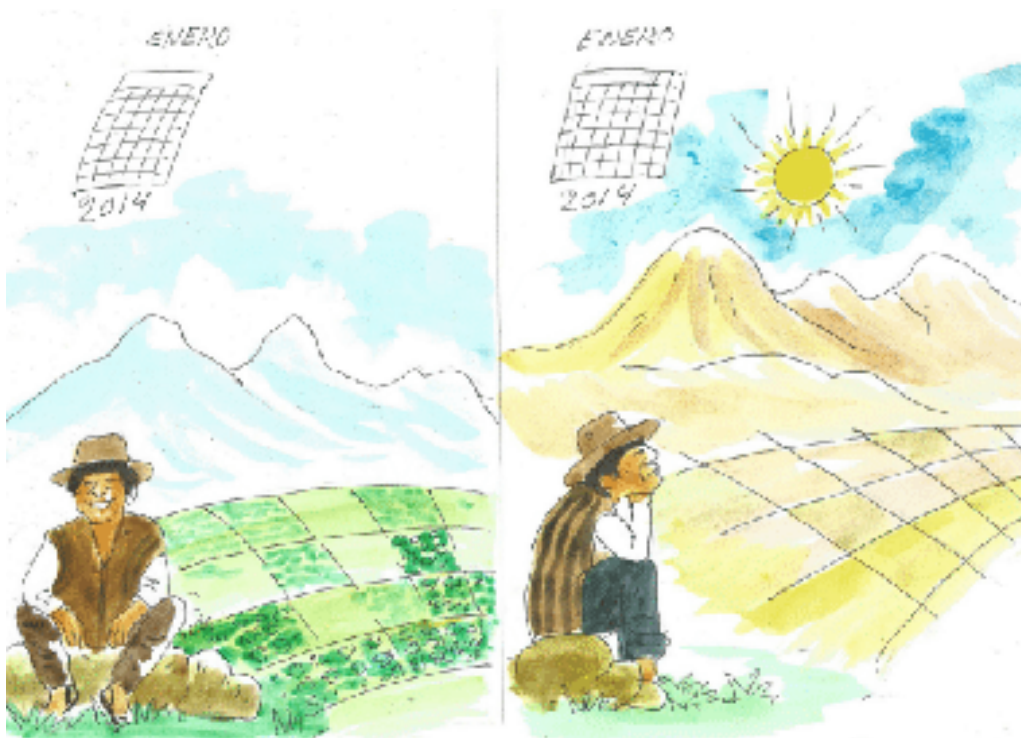
Con respecto a las plantas, se ha observado la casi desaparición de la flor de retama en las regiones del Cusco y Huancayo. Cabe precisar que esta especie es fundamental para la pequeña agricultura o agricultura familiar, ya que actúa como controlador natural de los insectos y las plagas.

Especies nativas como el maíz paqcho y la papa nativa en Lambayeque también sufren las consecuencias del cambio climático.

En regiones de la Selva como Ucayali y Loreto, la desaparición de las especies exige a los pobladores caminar por largos trechos para encontrar alimentos (frutos y proteínas) y medicinas (plantas medicinales), que antes “estaban muy cerca”.

¿Qué sienten las y los comunicadores al ver desaparecer las especies animales y vegetales de su comunidad? Se sienten desprotegidos, vulnerables y tristes.

## 2. Incertidumbre del clima, incertidumbre del futuro



El aumento de la temperatura en el planeta también ha producido cambios en los ciclos estacionales, y por ende, en el calendario agrario. Un comunicador de Piura lo describe de la siguiente manera: “Hace 5 años las estaciones tenían fecha marcada, eso ha cambiado. En la actualidad se ha prolongado el calor en tiempos de lluvia.”

Como consecuencia de la ausencia o el retraso de las lluvias, del aumento de las horas de sol, y de otras alteraciones en el clima, las y los comunicadores perciben que la producción de alimentos está en riesgo.

La aparición de estos “nuevos desastres (fenómenos) naturales”, los hace sentir con “temor y miedo por lo que pueda venir en el futuro”, o “inseguridad por el porvenir”, ya que ellos consideran que “no hay vías de solución”.



### 3. Estrés hídrico, estrés humano

El ciclo hidrológico está determinado por el régimen de las lluvias y los ríos en toda la cuenca Andino-Amazónica. El cambio climático ha alterado estos regímenes, provocando estrés y preocupación.

“Llegó tarde la lluvia. Las aguas en la zona costa han bajado en un mes que no es de costumbre, por esto los agricultores no íbamos a sembrar en el Santa,. No aprovechamos”. Comunicadora de Ancash.

A esto se debe sumar que, por efecto del incremento del calor, los casquetes de hielo de la Cordillera de los Andes se están derritiendo.

Estos factores, están influyendo en el comportamiento de los ríos en las partes más bajas de las cuencas, provocando inundaciones repentinas, más fuertes, destructivas y prolongadas.

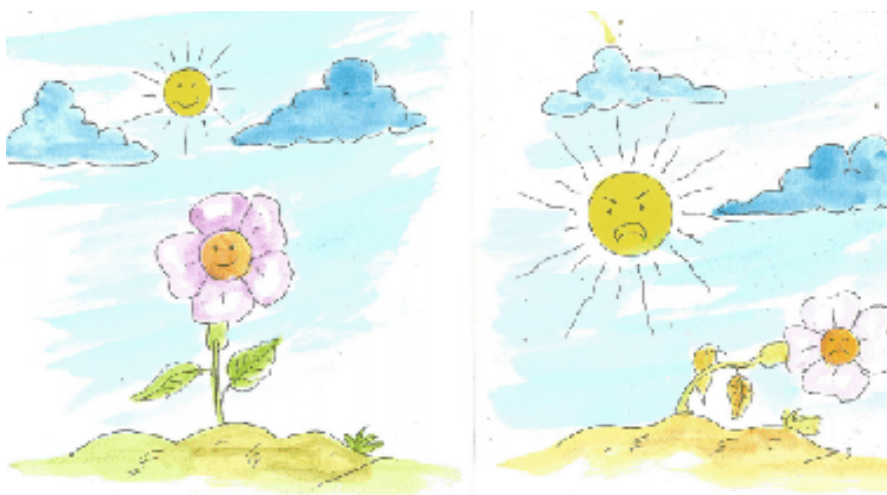
Problemas como la desaparición de los “ojos de agua” o fuentes de agua, son también una preocupación constante para las comunidades altoandinas en donde es práctica habitual la **cosecha de agua**.

Este fenómeno ocurre porque los ecosistemas de las nacientes de los ríos son, generalmente, más secos, con menor cobertura vegetal y, en consecuencia, más erosionables.

Frente a estos problemas, ¿qué sienten las y los comunicadores que habitan en zonas afectadas por el cambio climático? “Estrés, porque no se sabe cuándo va a llover”; “preocupación de que las lluvias se vayan a llevar todo por lo que han trabajado”; y “tristeza porque mueren sus plantas y sus animales por insuficiente agua”.



#### 4. El clima arrecia...



Los pueblos originarios de la Amazonía y los Andes están acostumbrados a cambios y variaciones en el clima y la estacionalidad, tanto cambios anuales recurrentes como variaciones interanuales.

Asimismo, una de las principales características del modo de vida común de estos pueblos, es la “pluriactividad”, es decir, el conocimiento de un conjunto variado de habilidades que permiten que la gente haga muchas actividades diversas en ambientes ecológicos diversos (Echeverri: 2009, 25).

Los indígenas por lo tanto, son pescadores, horticultores, cazadores, conocen el río y el bosque, y pueden también aprender nuevas técnicas modernas y utilizarlas en su beneficio.

Sin embargo, los cambios climáticos extremos ponen a prueba estas capacidades y están ahora en un proceso de búsqueda para solucionar amenazas inminentes a su supervivencia, que son no solamente climáticas sino también sociales.

¿De qué extremos climáticos estamos hablando? Del aumento de “lluvias y vientos” en Ucayali; de “frijes frecuentes, que inciden y afectan principalmente a los niños” en Cusco; de “truenos y tempestades eléctricas mucho más fuertes” en Loreto; de “incendios forestales” en Puno; entre otros.

#### 5. Inseguridad alimentaria y cambio social

Las comunidades indígenas dependen de los materiales y fibras naturales para satisfacer sus necesidades de alimento, madera, combustible, generación de ingresos, medicinas y para fines espirituales. Por tal razón, la pérdida de biodiversidad, tiene un impacto severo sobre sus fuentes de alimento; y sobre su capacidad para sobrellevar las plagas y las enfermedades.

Como consecuencia,, hoy la preocupación más grande, más que las dificultades con la productividad de las chacras, es su situación social, ya que la producción no está solo afectada por los cambios en la estacionalidad, sino también por los efectos negativos de la explotación inadecuada de los recursos, la destrucción del bosque, la minería aurífera, el tráfico ilegal de coca, entre otros.

Es verdad que muchas de esas acciones destructivas se originan en procesos y agentes externos, pero lo que más preocupa es cómo se ven implicados y transformados por ellas.

Uno de los factores que más incide en esto es la necesidad del dinero. El dinero que se necesita para que los jóvenes accedan a la educación superior.

Como resultado, muchos pobladores han tenido que dejar sus comunidades para buscar mejores oportunidades, cambiando el rostro de la demografía urbana y rural.



Estos procesos sociales también repercuten en la vida diaria de las familias, siendo las mujeres las que llevan la peor parte, pues; hoy afrontan una sobrecarga de responsabilidades en el hogar, y a esto se suma, que en muchos casos también están expuestas a violencia familiar.

## 6. Pérdida del conocimiento tradicional

Mucho antes del advenimiento de complejos modelos climáticos numéricos, muchas comunidades indígenas han usado los cambios en sus entornos para predecir las fluctuaciones en el estado del tiempo y en el clima.

A menudo, la adaptación se ha basado en los sistemas indígenas de observación climática e interpretación de la migración de las especies de animales y aves.



Es por tal motivo, que la posibilidad de un cambio climático más rápido y complejo es un peligro para los sistemas tradicionales, lo cual conlleva al temor a decidir de forma equivocada los procesos de adaptación.

Cabe destacar que estos conocimientos también se sienten como importantes para la preservación de los rituales y las costumbres ligadas al agradecimiento de la Pachamama o Madre Tierra. Eso significa que a la pérdida de especies de flora y fauna, también hay una pérdida de las “costumbres y vivencias culturales del hombre y mujer andina y amazónica”.

“A qué nevados va a hacer pagos la gente, si ya no están”, observa una comunicadora quecha del Cusco.

## Reflexionemos:

¿Cómo percibes y sientes el cambio climático?

Describe los cambios que observes en el clima de tu localidad y luego, reflexiona sobre las consecuencias que se han generado a nivel económico, social y cultural.

## Glosario

**Ave chiroca:** Ave propia de los ecosistemas de los manglares peruanos. Tiene un papel importante en el desplazamiento y migración de material y energía del sistema ecosistémico.

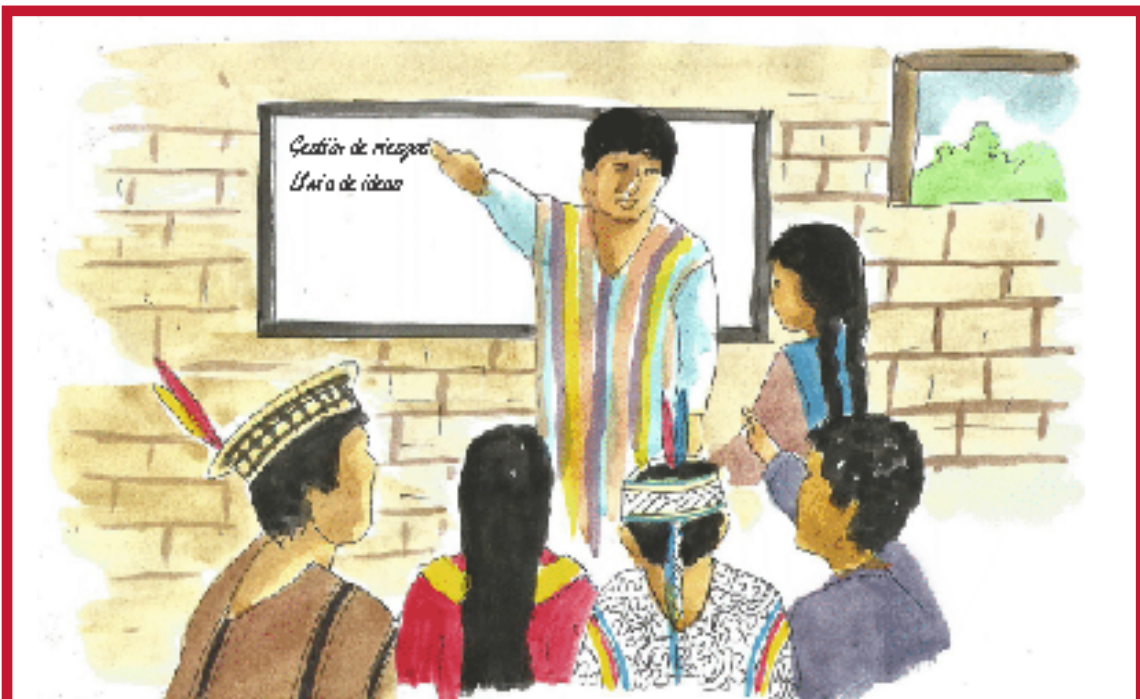
**Biodiversidad:** Se refiere a la variedad de organismos vivos en el planeta. Es decir, todas las formas en que la vida se manifiesta en nuestro planeta.

**Cosecha de agua:** Conjunto de alternativas técnicas sostenibles, desarrolladas por nuestros ancestros, con las cuales se trata de lograr la mejor administración del agua.

**Huallatás:** Es un ave que vive a más de 4.000 metros sobre el nivel del mar, entre las montañas blancas de la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas, y de la serranía peruana.

**Pago a la tierra:** En la lógica de la reciprocidad andina, los pagos son la forma de agradecer a los espíritus asociados con las fuerzas naturales, las bondades o beneficios que les otorgan.





## **CAPÍTULO IV**

### **¿Cómo gestionar la comunicación intercultural frente al cambio climático?**

## 1. Gestionando la comunicación intercultural frente al Cambio Climático

El tercer desafío involucra la necesidad de gestionar la comunicación desde el **diálogo intercultural**.

### ¿Qué significa?

Significa que no existe "un manual" sobre gestión de la comunicación intercultural, por lo tanto, la planificación de la comunicación en espacios de negociación y diálogo, implica poder conocer, aprender y educarnos en el contexto de la **diversidad cultural** como principio de toda convivencia.

Un proceso de comunicación intercultural, entonces, requiere de convencimiento, tiempo y dedicación. Va más allá de garantizar espacios para que la gente asista, se informe, interroge o cuestione, implica ceder poder en las relaciones sociales, cuestionar esas relaciones de poder y crear espacios de equidad en las relaciones sociales.

### ¿Cómo hacerlo?

Cualquier acción de desarrollo desde la comunicación debe tener en cuenta cinco cualidades:

1. Comprender la comunicación como parte de un proceso cultural
2. Responder a necesidades percibidas localmente.
3. Implicar a la gente en la planificación y puesta en práctica de los cambios que les afecten.
4. Aprovechar el potencial cultural de las organizaciones tradicionales.
5. Ser flexibles.

### ¿Por qué es importante planificar la comunicación en el contexto del cambio climático?

- La comunicación es un recurso como todos, en el sentido de que puede ser administrado y orientado en la dirección que la intencionalidad de su uso lo requiera.
- En los últimos años, las organizaciones indígenas de América Latina vienen valorando el uso de la comunicación como un importante elemento de sus procesos de desarrollo, sobre todo para el manejo de los recursos naturales y la gestión de sus territorios ancestrales.
- Para los pueblos indígenas el control sobre sus territorios ancestrales es una condición fundamental para la preservación de sus estructuras sociales y culturales, así como para su desarrollo y bienestar económico y productivo. En este contexto, la comunicación juega un papel fundamental en los procesos de empoderamiento y fortalecimiento de las capacidades de los pueblos indígenas para afianzar y demandar el manejo de sus territorios y bienes comunes.

## 2. La planificación de la comunicación

### ¿Qué significa planificar?

Las personas planificamos con el fin de llevar a cabo ciertas actividades, organizando de la mejor manera los recursos disponibles (gente, dinero, tiempo) en acciones que si se efectúan, habrán de llegar a los resultados que se esperan.

### Ideas fuerza:

#### 1. La comunicación es un asunto de poder

La comunicación intercultural conlleva una reivindicación humana y sobre todo una demanda por que se haga efectivo el derecho a la información y a la comunicación, principalmente de los sectores que históricamente han estado excluidos del **poder** de decir e incidir.

#### 2. Es un proceso de diálogo intercultural continuo

La comunicación se refiere siempre a procesos de relacionamiento social, cultural, espiritual entre individuos que forman parte de una colectividad (una organización, una institución, una sociedad), y que buscan mediante el diálogo, alcanzar un entendimiento y una conciencia común.

#### 3. Los modelos de comunicación se corresponden con modelos de educación

Cuando hacemos comunicación, de una o de otra manera buscamos resultados educativos (intención didáctica). Decimos que producimos nuestros mensajes para que las personas aprendan a prevenir los desastres, para mejorar su salud sexual y reproductiva, para tomar conciencia de género, reflexionar sobre su realidad, etc. Es así como echamos mano a medios y herramientas de la comunicación para educar.



### 3. La gestión del cambio climático desde la comunicación

Partiendo que desde la comunicación planificada podemos brindar aportes concretos frente al cambio climático, podemos planear las estrategias considerando las siguientes etapas:

- Diagnóstico de las necesidades de comunicación frente al cambio climático;
- formulación de los objetivos;
- a definición del plan de acción y su implementación; y
- la evaluación.

Para los fines del manual, solo abordaremos los tres primeros momentos: el diagnóstico, la formulación de los objetivos y la definición del plan acción.

#### 1. El diagnóstico comunicacional

##### ¿Qué involucra?

Consiste en el reconocimiento de determinados problemas y actividades para su solución en términos de comunicación.

En el diagnóstico se involucran diferentes metodologías, técnicas y herramientas. Se pueden integrar metodologías cuantitativas como cualitativas, o puede partir de trabajos de observación, encuestas, análisis documental, trabajos con grupos focales o el cruce de varias de estas.

Por lo general, en el informe del diagnóstico están presentes los siguientes elementos:

- Los antecedentes;
- el contexto de la situación diagnosticada; y
- la explicación de sus problemas y posibles soluciones.

##### Pautas para el diagnóstico de problemas relacionados al cambio climático

En este contexto es importante precisar las características de nuestras públicos y audiencias como parte de los protagonistas de los procesos de comunicación. y, su relación con el cambio climático:



### a. Identificación de las respuestas sociales que el plan de comunicación requiere:

Lo esencial es determinar a qué grupos de personas (público, ciudadanas, ciudadanos y actores sociales) el plan de gestión involucra directa y expresa o implícitamente.

Puedes iniciar preguntándote lo siguiente:

¿Qué aspectos puntuales sobre el cambio climático te interesa promover o sensibilizar a la comunidad?

Algunas técnicas:

- Entrevistar a poblaciones interesadas o que pueden interesarse en usar la comunicación en apoyo al cambio climático, a fin de detectar sus necesidades.
- Examinar experiencias locales pasadas relacionadas a la temática del cambio climático.



### b. Diseño del proceso del diagnóstico

Se puede dividir en dos momentos:

**Familiarización con el plan o programa de gestión sobre cambio climático de la institución u organización**, en especial de los segmentos en donde intervendrá la comunicación.

**Programación del proceso del diagnóstico a través de una guía** para desarrollar las indagaciones e investigaciones que sean necesarias.

### c. Identificación de los grupos sociales

Tiene que ver con identificar los grupos sociales (destinatarios, beneficiarios, etc.) a los cuales va dirigido el plan de comunicación.

- ¿Qué características fundamentales, comunes y diferenciadas tienen estos actores?
- ¿Cómo pueden ser categorizados o clasificados?

### d. Observación de los comportamientos que debe dar la población al programa de gestión

Significa identificar las prácticas (actividades y acciones) cotidianas de la posible población beneficiada.

Se da la recopilación de la información sobre la realidad y reconocimiento de las problemáticas donde se quiere intervenir.

Se pueden identificar tres momentos:

- Diseño de la investigación.
- Recolección, procesamiento y análisis de la información.
- Exploración sobre el estado de comunicabilidad de los actores.

### e. Estudio del “estado de comunicabilidad” de la audiencia

Se trata de examinar e interpretar el grado de exposición, acceso y participación de los actores en las diversas plataformas de comunicación de la sociedad, así como sus habilidades para seleccionar información, procesarla conforme a sus necesidades, y usarla para decisiones y acciones.

### f. Interpretación de las necesidades de comunicación

Selección de las acciones a realizar.

Aquí se puede construir una matriz que dé cuenta de lo importante y lo urgente, la afectación y la intensidad de las problemáticas.

### El diagnóstico en resumen:

Es el proceso de clarificar las necesidades de comunicación que tiene el programa de gestión sobre el CC, y el grado y condiciones en que éstas pueden ser atendidas.

Se investiga:

- Qué clase de comportamientos de los grupos se requiere.
- La situación de conocimientos, actitudes y prácticas de la población.
- Estado de la “comunicabilidad” de la audiencia frente a las necesidades.
- Interpretación de necesidades de comunicación.
- Qué acciones de comunicación se pueden desarrollar para atender esas necesidades.

**Métodos de investigación:** encuestas, análisis de contenido, análisis de prospectiva, sesiones de grupos focales, entrevistas en profundidad, sistemas de investigación participativa, análisis de redes corporativas.

Los resultados se vierten en un documento con recomendaciones para el plan de comunicación.

## 2. Formulación de los objetivos

Es la formulación de los objetivos comunicacionales. Es decir, qué cambios e impactos en la conducta de una población o grupo de personas queremos lograr.

### ¿A qué llamamos objetivos comunicaciones (OC)?

Los OC señalan las acciones encaminadas a la obtención de los mismos, los cuales, además, tienen que corresponder a una problemática o necesidad previamente reconocida en el diagnóstico.

Son el punto de articulación entre el diagnóstico y la planeación. Esto quiere decir que los objetivos tienen que estar integrados en una estrategia o plan de comunicación y, a su vez, partir de un diagnóstico previo.

### Procedimiento

#### Paso 1: Formulación de los objetivos comunicacionales

La FAO (2008) establece una escalera de seis niveles:

- La toma de conciencia del problema a tratar.
- Identificación de intereses particulares que una población muestre frente a determinada problemática.
- Conocimiento y comprensión que se tenga de una determinada situación o necesidad.
- Se refiere a la actitud, es decir, la orientación de las personas a las que va dirigida la propuesta frente a lo que se propone cambiar.
- Reconocimiento y aceptación de lo que se propone dentro de los marcos culturales de la población involucrada.
- Se refiere ya a la práctica, al cambio efectivo en la conducta de las personas, así como su sostenibilidad.

Los objetivos de una estrategia de comunicación son particulares y se diferencian y complementan con los objetivos sociales, económicos y estructurales.

Recuerda que no es lo mismo abocar nuestras acciones frente a un grupo de personas que están bien informadas y tienen cierta sensibilidad frente al tema del cambio climático, que frente a personas que desconocen el tema o son insensibles al mismo.

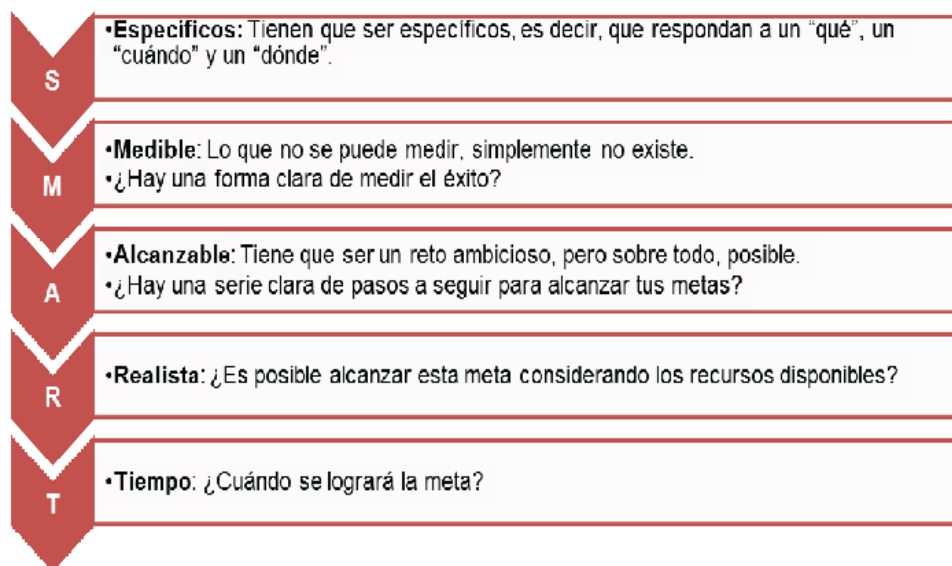
El tiempo es igualmente crucial; siempre tenemos que delimitarlo, esto con el propósito de racionalizar nuestros recursos y después poder evaluar si hemos logrado o no nuestros objetivos.

Algunos autores han sistematizado este ejercicio de formulación de los objetivos mediante una técnica que denominan **SMART** (ver cuadro):

- Específicos
- Medibles
- Alcanzables
- Realistas
- Tiempo

## Paso 2: Objetivos específicos, medibles, alcanzables y realistas

En el momento de formular los objetivos, es de vital importancia tener en cuenta las relaciones entre el tema, la población y los medios de los que se dispone, relaciones donde se conjugan lo posible con lo deseable.



## Veamos un ejemplo:

En el Taller de Chiclayo se esbozaron algunos objetivos: "Obtener compromisos con los políticos locales desde el periodismo de investigación", "Informar sobre el cambio climático a las organizaciones sociales a través de dibujos y pinturas".

Vemos que esta actividad de formulación de los objetivos no está terminada, que es importante ser más precisos, pero ya se ponen en evidencia algunas necesidades de comunicación: lograr compromisos, informar; se identifican unos grupos a quienes dirigir nuestra acción: políticos, organizaciones sociales; se define la utilización de unos recursos y medios: el periodismo investigativo, los dibujos, las pinturas, etc.

### Paso 3: De los objetivos a la acción

Es importante que los objetivos se traduzcan en actividades; si no, se quedarán simplemente en buenos deseos.

**Por ejemplo**, si tenemos el objetivo de “concientizar a los maestros de una comunidad acerca del impacto de la tala indiscriminada de los bosques”, tenemos que precisar qué acciones vamos a realizar: dos visitas a bosques, tres diálogos con campesinos y madereros, etc.

## 3. Reconociendo la estrategia

En este tercer momento, lo importante es precisar el alcance de nuestra estrategia, es decir el tamaño de nuestras audiencias; seguidamente tenemos que definir el enfoque comunicacional, si es informativo, educativo, de movilización u otro; y finalmente, los medios y lenguajes empleados, estos acordes con la audiencia, el tema, el enfoque y los objetivos de nuestra estrategia.

Para fines del manual solo se expondrán los lineamientos generales para determinar el tipo de estrategia más adecuada para la planificación de un objetivo.

### Paso 1: Formulación de la estrategia de comunicación

Postulamos tres estrategias: Informativas, Pedagógicas y de Movilización.

Es importante recordar que en toda estrategia están presentes componentes de las otras estrategias, es una cuestión de énfasis y, si hacemos este ejercicio de clasificación, es por razones didácticas y analíticas.

#### a. Estrategias Informativas

Estas estrategias se caracterizan porque giran en torno a la producción de información pertinente y a la transmisión de contenidos. Por lo general sus objetivos están referidos a visibilizar determinadas temáticas o a la toma de conciencia respecto a una problemática en particular.

La comunicación puede ser unidireccional o bidireccional, el mensaje puede tomar una forma directa o presentarse como un tema de discusión. Los medios pueden ser: afiches, boletines, videos, la radio, etc.

**Ejemplo:** Informas a los campesinos del municipio de.... en la provincia de... acerca de los efectos de determinados agroquímicos en su salud mediante la distribución de 500 cartillas.

## **b. Estrategia Pedagógica**

Lo fundamental es la obtención de determinados conocimientos y destrezas para tratar un problema o necesidad con el propósito de mejorar una situación por parte de los destinatarios. Esta estrategia está ligada a las capacitaciones y los talleres; por esta razón, usualmente, es más próxima a las personas que las estrategias informativas, aunque no necesariamente.

Por lo general, se trabaja en dos niveles, capacitando a los capacitadores y a los líderes comunitarios, esto con el fin de lograr efectos multiplicadores.

Las técnicas más usadas son: las instructivas, los modelos, los ejemplos, las simulaciones, etc. Se le conoce también como educación desde la comunicación.

**Ejemplo:** Capacitar a 20 líderes de la comunidades de..., a partir de unos Talleres de Intercambio de saberes con líderes de la comunidades y expertos en el tema de negociación con autoridades locales y funcionarios públicos.

## **c. Estrategia de Movilización**

Se caracteriza por propiciar la organización y movilización de los diferentes actores sociales. Se procura generar redes y alianzas, tanto al interior de una colectividad como fuera de esta; esto en la dirección de compartir saberes, trabajar mancomunadamente y abordar de una manera más contundente una problemática.

Son recurrentes el trabajo con medios, el cabildeo, la acción simbólica, entre otros.

**Ejemplo:** Comprometer la participación de 80 delegados campesinos en el próximo encuentro sobre CC.

## **Paso 2: Estructuración de las unidades estratégicas de acción**

Es importante para determinar los conjuntos de tácticas y acciones que se organizarán.

### **Preguntas claves:**

¿Cuántas campañas o sub-campañas de comunicación, y de qué tipo, se requieren para responder a las estrategias de comunicación?

¿Qué actividades específicas contemplan cada una de las campañas?

### Paso 3: Estimación de los recursos para la implementación del plan

Permite definir con claridad qué equipos se integrarían como mínimo para cubrir el desarrollo de todas las actividades.

#### Preguntas claves:

- ¿Qué recursos humanos se requieren para el desarrollo de las diversas actividades?
- ¿Cuánto de este recurso es permanente y que dedicación de tiempo tendrán a lo largo de todo el período? ¿Y cuánto de este recurso va a ser ocasional?

### Reflexionemos:

Si deseas armar un plan de comunicación para concientizar sobre el cuidado de los ojos de agua y su importancia para el buen vivir de tu comunidad, qué técnicas o herramientas descritas emplearías.

#### Glosario:

**Empatía cultural:** Es la capacidad de ponerse en la situación cultural del otro o de los otros.

**Estado de comunicabilidad:** Hace referencia a las condiciones que tiene todo sujeto o población para el diálogo intercultural.

**Unidades estratégicas de acción:** Es en donde se definen los elementos necesarios para comunicar la propuesta (unidad conceptual) a un grupo de personas con características de uso e interpretación (unidad perceptual). En este sentido pensamos en una relación planificada; en un marco de acción coherente con continuidad, en función de objetivos pre establecidos.







## **CAPÍTULO V**

# **Herramientas para comunicar el cambio climático**

## 1. Cómo comunicar el cambio climático

El cuarto y último desafío implica la imaginación de un acto comunicativo alternativo, en donde importa cómo las comunidades cuentan y perciben las historias o los sucesos.

### ¿Qué significa?

Se trata de contar de otras maneras y con otras miradas una historia o un suceso, en donde importa la estética o buen gusto comunicacional de las comunidades.

### ¿Cómo hacerlo?

No existe un manual de procedimientos.

La elección de las estructuras narrativas, las formas estéticas y las herramientas de comunicación, son consecuencia del diálogo intercultural y participativo entre los comunicadores y el público receptor.

## 2. Herramientas básicas

### 1. La entrevista

La entrevista es el trabajo periodístico que relata, en todo o en parte, la conversación o diálogo con una determinada persona. La atracción informativa puede estar en la persona entrevistada o en el interés de lo que afirma.

Hay un error común en los que sostienen que sólo pueden ser dignos de una entrevista periodística personas “importantes”, es decir, las denominadas personalidades o autoridades.

Desde nuestro punto de vista no es requisito que la persona sea un personaje público sino que lo más importante es lo que siente, piensa, afirma cualquier persona. Un ciudadano “común y corriente” puede decirnos muchas cosas importantes si es adecuadamente entrevistado.

La entrevista consiste, por lo general, en diálogos fluidos entre los interlocutores que comienzan y terminan bien. Aunque no siempre una entrevista de final feliz es la que mejor le sirve al comunicador o interesa al público. Puede haber poco provecho y una oportunidad perdida en una entrevista demasiado complaciente.

## Procedimiento

- Antes de la entrevista elabora por escrito una lista de preguntas y re-preguntas.
- No reveles tus preguntas antes de la entrevista. Lo que sí puedes es dar una idea general del tema o temas a tratar.
- Al empezar la entrevista trata de crear un ambiente en que el entrevistado se sienta cómodo.
- Muestra interés en lo que dice el entrevistado.
- No hagas preguntas cerradas del tipo ping pong (pregunta y respuesta breve, de una o dos palabras) ni del tipo sí y no (como por ejemplo, ¿le gusta el tacacho con cecina?, Sí; ¿y el masato?, No) que obligue al entrevistado a contestar con un monosílabo, salvo que se busque crear un efecto impresionista.
- Evita que el entrevistado se desvíe demasiado del tema. Insiste en las preguntas sin respuesta.

### ¿A quién entrevistar?

- Científicos, profesionales o especialistas en temas vinculados a los diversos aspectos del cambio climático. Puede tratarse de un biólogo, un geógrafo, un ingeniero, un ambientalista, un médico, un sociólogo, etc.
- Autoridades políticas, tomadoras de decisiones.
- Funcionarios y técnicos de áreas vinculadas al cambio climático o ambiente.
- Productores en general: agricultores, pescadores, ganaderos, silvicultores, agroforestales, etc.



### Consejos

El entrevistador no debe tener una actitud ni demasiado complaciente ni demasiado agresiva con él o la entrevistada.

Se sugiere mantenerse alerta:

- Para que el entrevistado no se explaye en asuntos sin importancia y perder el control de la entrevista.
- Para evitar que el entrevistado intente evadir las preguntas.

## 2. Testimonios



El testimonio periodístico es un género que consiste en exponer el relato oral de una persona que es fuente o testigo de un suceso importante. El testimonio como técnica es empleado en la literatura así como en la investigación social y etnográfica.

Juan Gargurevich clasifica el testimonio periodístico en dos grandes grupos.

**Testimonio directo.** Es aquel relato publicado directamente tal y como lo escribió y redactó el periodista o el testigo de la historia.

**Testimonio indirecto.** Es aquel en el que la persona o el testigo relata los hechos al redactor y que éste escribirá en primera persona como si hubiera sido redactado por el testigo. En este caso puede o no figurar el nombre del profesional.

Óscar Lewis, autor de *Los hijos de Sánchez* destaca que el testimonio permite que “Las personas sin preparación, sin educación y hasta analfabetas puedan hablar de sí mismas y referir sus observaciones y experiencias en una forma espontánea y natural”.

El testimonio es hijo de la entrevista. Debemos elegir la opción de recoger un testimonio cuando veamos que puede enriquecer una noticia o información.

El testimonio también es pariente de la noticia. Por esta razón es aconsejable para enriquecer noticias referidas a un drama humano como los desastres, conflictos, marginalidad, vidas ejemplares, etc.

### Procedimiento

**1. Elegir a la persona declarante.** Hay que tener olfato periodístico para elegir una persona que pueda proporcionar una buena historia periodística y “sabe contar”. Debe ser una persona informada y con facilidad de palabra para contarnos una historia o relato real. El testimonio resulta adecuado para entrevistar a personas que no tiene acceso o facilidad para escribir una historia por sí solos.

**2. Elaborar cuestionario básico.** Es una guía mínima para recabar el testimonio pero la lista de preguntas no debe ser rígida e inflexible. Si durante la conversación surge algún tema o subtema de interés podemos repreguntar o profundizar un aspecto no previsto en el listado previo de preguntas. Ojo: Los datos de vida como edad, estado civil, origen o procedencia, experiencia de vida, etc. son importantes para retratar al entrevistado.

**Durante la entrevista se deben combinar preguntas sobre hechos con preguntas de opinión. Asimismo, cabe efectuar preguntas cortas para ubicar el contexto del relato y darle fluidez. Por ejemplo: ¿cuándo ocurrió?, ¿dónde fue?, ¿cómo ocurrió?, ¿quiénes estuvieron?, etc.**

**3. Entrevista:** Se debe preparar para tres actividades: grabar, anotar y fotografiar. Además de una grabadora que será de utilidad para recordar detalles y expresiones de forma precisa se debe llevar además una libreta de apunte. Una cámara fotográfica será de mucha ayuda para retratar al personaje que brinda su testimonio en su propio contexto.

**En uno u otro caso es necesario entrar en contacto directo con el protagonista, tomar apunte de todo lo que nos relata, ser minuciosos con los detalles y conseguir que el relato escrito sea creíble para el lector.**

**4. La transcripción.** No es necesario transcribir íntegramente toda la entrevista pero sí acercarse con la mayor proximidad al lenguaje oral, respetando sus giros y expresiones propias.

**5. El montaje.** Es ordenar el texto para darle coherencia y fluidez. Esta es la parte más laboriosa pero más importante de todo el recojo del testimonio. Básicamente se interviene para que el testimonio se comprenda o entienda.

**6. El testimonio final.** Debe ser fluido, coherente, limpio y conservar la riqueza de la expresión oral. No se debe notarse la mano del editor. La titulación es similar a la de una entrevista informativa. No hay una entrada noticiosa pero sí una entrada que haga conexión con la noticia.

Recuerda:

En el testimonio la voz del entrevistado es lo más importante. Un testimonio bien trabajado es un regalo al lector, a quien se ofrece una historia real, sin manipulación para mostrar un ángulo humano de la realidad.

### Consejos

- La persona que brinda su testimonio debe ser informada del motivo de la entrevista y dónde será publicada.
- Si el entrevistado se niega a que se conozca su nombre propio hay que darle argumentos para que acepte. Si aún se negara hay que respetar su opinión y considerar la opción de otorgarle un seudónimo.
- Si el entrevistado decide contar algo pero no desea que se haga conocido hay que respetar esta decisión.



### 3. Reportaje fotográfico



Un reportaje fotográfico es el registro visual de un hecho noticioso o una secuencia de fotos que narran un hecho noticioso.

La fotografía o fotografías que ilustren el hecho deben contener elementos que orienten al espectador sobre los aspectos básicos: Qué sucedió, Quién, Cómo, Cuándo y Dónde.

#### Características:

*Actualidad.* La imagen debe estar dentro del contexto de un hecho reciente y noticioso.

*Objetividad:* La situación representada es una imagen confiable que representa los eventos que indica tanto en contenido como en tono.

*Narrativa:* La imagen debe combinarse con otros elementos noticiosos que la haga comprensible para los espectadores.

*Estética:* la imagen debe conservar el rigor de la estética fotográfica: luz, encuadre, relación fondo y forma, perspectiva, manejo de sombras, etc.

#### Procedimiento

- **Elegir un tema.**
- **Elegir los recursos técnicos.**
- **Definir encuadres y puntos de vista.** El encuadre es el trozo o fragmento de realidad que ingresará a la fotografía. El fotógrafo decide qué entra y qué no entra en este rectángulo que será la fotografía.



- **Buscar el momento justo.** Para conseguir la fotografía que mejor represente “el momento justo”, el fotógrafo suele disparar diversas fotos de un mismo evento, sabiendo que publicará aquellas que mejor representen los hechos.

- **Las condiciones de luz.** En el mundo de la prensa se acepta que las imágenes no sean perfectas técnicamente porque lo más importante es el relato noticioso. Incluso los defectos técnicos a veces contribuyen a garantizar la autenticidad del suceso.

- **Edición.** Se trata de seleccionar las imágenes con las que construiremos la secuencia narrativa. Para esto debemos tener claro qué queremos explicar, cómo y en qué orden. Seleccionar la imagen o imágenes adecuadas y ordenar la secuencia nos lleva a construir una historia en imágenes.



**El editor del reportaje periodístico puede elegir una u otra forma de ordenar las imágenes según elija una narrativa lineal convencional con introducción, nudo y desenlace u otras formas alternativas que ofrezcan lecturas más abiertas y menos conclusivas.**

- **La imagen y el texto.** En el proceso de edición también es necesario pensar en el texto que acompañará las imágenes (títulos y pies de foto), considerando donde y en qué contexto van a publicarse.

Puede ser publicado en un sitio web, un periódico, una revista, un periódico mural, etc. dirigido a públicos distintos. Además, como las imágenes no pueden hablar siempre con certeza por sí solas, pueden acompañarse de un breve texto que guía u oriente su interpretación en un determinado sentido.

### Consejo:

Importante. No olvides que en un reportaje periodístico lo esencial de la información está en presentar los hechos (en imágenes y texto) previamente verificados y que sean novedosos.

**Spots.** Los spots también son conocidos como comerciales se limitan a un hecho básico o una idea. Por lo común tienen un propósito publicitario o un fin social. Y duran entre 30 segundos a un minuto.

**Cuñas.** Como los perfumes caros las cuñas vienen en frascos pequeños. Expresan de forma breve una idea motivadora. Actualmente su límite es hasta de 30 segundos de duración y pueden durar incluso menos: 10, 15 o 20 segundos.



## 4. El spot y la cuña radial

Se trata de dos productos radiales de más fácil elaboración, y que son ideales para una campaña de comunicación.

### Procedimiento

- Define el tema que deseas trabajar.

Elabora una idea breve, clara, completa y motivadora que exprese tu propósito concreto frente a un problema o necesidad específica.

- Define una situación dramatizada a partir de lo cotidiano que ayude a presentar el tema o conectarlo con la audiencia.

- Elige los efectos, recursos sonoros y tema musical –de ser el caso– que puedan ayudar a reforzar la atención y el recuerdo sin disminuir o competir con el mensaje.

Elabora un guión o pauta para grabar y producir el spot o cuña radial.

- Graba el texto con la participación de diversas personas para probar cuál de las voces representa mejor el mensaje que se quiere dar.

- Busca un editor apasionado o apasionada que se esmere en hacer bien su trabajo y cuide la calidad final del producto.

- Programa tu spot o cuña radial a lo largo de un programa radial en un tiempo de campaña determinado (semanas o meses) para reforzar la idea que se quiere brindar.

## Consejos

- En tu spots o cuña sé concreto en torno a una sola idea y no pretendas abarcar demasiado.
- Involucra a diversas personas del público en las grabaciones y prueba sus voces en diversos roles y expresiones. ¡Te puedes llevar sorpresas y descubrir talentos!
- Es recomendable emplear recursos sonoros que no compitan con la idea expresada a fin de generar más atención en nuestros oyentes.
- Dramatiza tus cuñas y spots pues es mejor dirigirse al público a partir de lo que sucede en la vida cotidiana.
- Dirígete e interpela al público de manera directa para que se identifique con los temas. Háblale de tú a tú.
- Repite las cuñas y spots pero sin cansar o aburrir.

## 5. El sociodrama o radiodrama

También conocido como radioteatro, teatro radiofónico o audio drama es en esencia un drama que se transmite por la radio.

Su principal característica es que la audiencia conoce un acontecimiento mediante las acciones de los personajes (sus diálogos, ruidos y silencios) que representan la historia y el ambiente que los rodea.

El público tiene entonces la posibilidad de “presenciar” auditivamente la acción ya que “sucede” mientras es escuchada.

Al carecer de componentes visuales, los radio dramas dependen del diálogo, la música, los silencios y los efectos de sonido para ayudar al oyente a imaginar la historia.

Los sociodramas son útiles para presentar situaciones problemáticas, ideas contrapuestas, actuaciones contradictorias, para luego suscitar la discusión y profundizar el análisis de un tema. Provee elementos para analizar cualquier tema, basado en hechos de la vida real contribuyendo a identificar y conocer las causas y efectos de situaciones de la vida cotidiana.

## Tipos de radiodrama

a. **Radiodrama unitario:** La acción comienza y termina en una única emisión. En este caso la pieza radiofónica constituye una unidad en sí misma.

b. **Radioteatro:** Se basa en un texto dramático original escrito para teatro y que es adaptado para su "representación" en la radio.

c. **Serie radiodramática:** Es una serie de programas donde cada capítulo presenta una historia independiente, que puede ser seguida y comprendida sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores. Se caracteriza porque hay un personaje o grupo de personajes, permanente que le da continuidad a la historia.

d. **Radionovela:** La historia se desarrolla en varios capítulos y requiere que se escuche completa o casi completa pues si no se siguen algunos capítulos es difícil seguir el trama general.

## Procedimiento

1. Definir el tema de representación con claridad.
2. Discusión Previa: Los participantes comentan lo que conocen sobre el problema planteado, exponen sus experiencias, vivencias, y se anotan los problemas generales. La lluvia de ideas resulta un procedimiento útil para elegir las mejores propuestas.
3. Guión argumental. Con la información recogida en la discusión previa se elabora la historia o argumento ordenando los hechos o situaciones elegidos y definiendo los personajes y sus roles o características específicas. También se decide como cerrar la historia.
4. Representación del sociodrama.
5. Discusión y evaluación. Es aconsejable aprovechar los radiodramas para promover reflexiones grupales sobre el tema representado y formular posibles medios de solución a los problemas planteados.

## Consejos

- Divide la historia en escenas descritas en plantillas donde se detalle donde ocurren las acciones, que personajes intervienen y se precise la música y los efectos ambientales necesarios.
- Como no tenemos un telón de fondo como en el teatro separa las escenas con cortinas musicales, efectos o desvanecimientos de diálogos.
- Si ponemos un narrador hay que hacerle hablar sólo lo necesario.
- Detalla los planos sonoros para especificar el plano en que hablan los personajes: es decir si conversan cara a cara, a media distancia o desde lejos.

## 6. El reportaje escrito o radial

Es el relato periodístico informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en su modalidad y redactado en estilo directo, que da cuenta de un hecho de interés actual o humano.

Por ser un relato (escrito, hablado o audiovisual) se apoya en parámetros literarios pero sin descuidar los hechos reales que narra.

Este género periodístico ofrece al comunicador o comunicadora amplia libertad para exponer los sucesos y narrarlos a su manera. No obstante, hay algunas técnicas para desarrollar el reportaje.

### Procedimiento

Para organizar nuestro relato podemos elegir cualquiera de las modalidades de reportaje. Entre las conocidas se encuentran las siguientes:

1. **Reportaje de hechos.** Consiste en la narración de un hecho, suceso importante o noticioso, seguido de otro hecho de menor importancia y así en orden descendente.
2. **Reportaje narrativo.** Es el relato del hecho o suceso más interesante o llamativo, seguido de más detalles del mismo hecho, y luego por más detalles complementarios hasta el cierre final del reportaje.
3. **Reportaje de pirámide invertida.** Es el relato de la noticia empezando por lo más importante o trascendente hasta terminar con los hechos de menor valor noticioso.
4. **Reportaje cronológico.** Sigue un orden cronológico desde el comienzo de los hechos hasta su desarrollo y culminación.

**Recuerda que** en el reportaje es el lector u oyente quién debe valorar o juzgar los hechos, no el comunicador. Deje que sea el público quién emita los juicios de valor. La crónica o el artículo si permite expresar los juicios y valores del periodista.

**Un ejemplo:**  
**“El periodismo en clave intercultural”**

Al analizar el discurso periodístico se puede entrever que en la construcción de la noticia hacia “el otro” brotan etiquetas, temáticas, estereotipos, asociaciones negativas en la medida que no coinciden con el patrón cultural dominante, tornándose en “ruidos”, lo que implica desigualdad, desequilibrio, incomprensión y, finalmente, la anulación de “el otro”.

Los medios de comunicación desarrollan técnicas para decir más cosas en el mínimo espacio, siendo una de éstas el uso de estereotipos (...). Lo peor de todo, es que una vez que se ha instaurado un estereotipo, resulta difícil no utilizarlo, puesto que éstos proporcionan explicaciones rápidamente y funcionan acorde a los tiempos in-mediatos de los medios.

Recapitando todo lo expuesto y en miras a un cambio en la forma del construir lo social a través de los medios, se hacen fundamentales procedimientos para favorecer el periodismo denominado intercultural. Lo que significa “una apuesta por un periodismo de calidad en un mundo complejo y convergente donde la interculturalidad como pauta se configura como una necesidad creciente”.

Realizar el ejercicio de comunicar o comunicarse con la diferencia es un proceso complejo, sobre todo pensando en la voluntad que requiere, por una parte, superar las limitaciones de los prejuicios y estereotipos y, por otra, evitar todo lo evidente o visible, como puede ser el color de la piel o el lenguaje que, en muchas ocasiones, no aporta en una concreta construcción periodística y agudiza las marcas de diferencias.

Tomado de: Browne y Inzunza (2008). “Comunicación para la diferencia: periodismo intercultural y ACD para un cambio social”.



## Bibliografía

**AECID (2012).** El cambio climático en los Andes y la Amazonía. Preguntas frecuentes. Quito, UICN.

**ENCALADA, Marco (2010).** Comunicación sobre el cambio climático. Manual para su planificación y práctica en América Latina. Quito, PNUMA.

**ERNI, Christian y TUGENDHAT, Helen (2010).** ¿Qué es REDD? Una Guía para las comunidades indígenas. Lima, IWGIA-SERVINDI.

**FERNÁNDEZ, Álex, SANZ, Josu, URÍA, Aitana, VIOTA, Nekane (2011).** Comunicar la sostenibilidad. Guía para periodistas. París, UNESCO.

**LÓPEZ, Daniel (2006).** El conocimiento y la comunicación: dos pilares fundamentales de la organización de la sociedad de la información. En: Palabra Clave. Vol. 9, N° 2.

**LOZANO VALLEJO, Ruth (2005).** Interculturalidad: Desafío y proceso en construcción. Manual de capacitación. Lima, SERVINDI.

**MINISTERIO DE CULTURA (2013).** Derecho a la consulta previa. Módulos de capacitación. Lima, Fondo del Ministerio de Cultura.

**OLIVÉ, León (2009).** Por una auténtica interculturalidad basada en el reconocimiento de la pluralidad epistemológica. En: <http://www.biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/coedicion/olive/04olive.pdf>

**RINCÓN, Omar (2014).** Decálogo para hacer periodismo en clave intercultural. En: <http://servindi.org/actualidad/111508>

**RIZO, Marta y ROMERO, Vivian (2006).** Cultura y comunicación intercultural: Aproximaciones conceptuales. En: Revista Compas. Año 2, Número 2, Agosto del 2006.

## **SERVINDI – REDCIP (2014).**

- Informe del Encuentro Taller descentralizado para la formación de la Escuela de Comunicación Indígena e Intercultural en Perú. Cusco, marzo de 2014.
- Informe del Encuentro Taller descentralizado para la formación de la Escuela de Comunicación Indígena e Intercultural en Perú. Chiclayo, abril de 2014.
- Informe del Encuentro Taller descentralizado para la formación de la Escuela de Comunicación Indígena e Intercultural en Perú. Huancayo, mayo de 2014.
- Informe del Encuentro Taller descentralizado para la formación de la Escuela de Comunicación Indígena e Intercultural en Perú. Pucallpa, junio de 2014.
- II Jornadas de Comunicación y Democracia: Comunicación Intercultural para afrontar el Cambio Climático, del 14 al 16 de agosto de 2014, Lima, Perú.





Implemented by  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit GmbH